

Artículo original

INTELIGENCIA EMOCIONAL Y SU RELACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES EN LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TURÍSTICO–HOTELERO

Emotional intelligence and its relationship in decision making in entrepreneurs in the tourism–hotel sector

Reyna Luz Arias Carrillo²

<https://orcid.org/0009-0006-5532-2076>

Silvia Milagritos Bazán Velásquez³

<https://orcid.org/0000-0003-1290-0623>

Dalila Esther Huanca Coronado⁴

<https://orcid.org/0000-0003-2298-0671>

Freddy Ronald Quispe Yactayo⁵

<https://orcid.org/0000-0002-6771-541X>

Recibido: 20/03/2023

Aceptado: 12/05/2023

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo principal establecer la relación entre inteligencia emocional y toma de decisiones en empresarios relacionados con el rubro turístico–hotelero. Es una investigación exploratoria de tipo analítico transversal. Con este fin se tomó como muestra a las personas relacionadas con este rubro en la ciudad de Tacna Perú en el año 2022. Se aplicó un instrumento para medir la inteligencia emocional lo cual fue validado con Alpha de Cronbach. Los resultados hallados demostraron una correlación moderada entre ambas variables. Los resultados revelaron que la inteligencia

² Maestro en Administración y Gestión Estratégica. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. reyarasc@virtual.upt.pe

³ Doctora en Ciencias de la Educación. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. silbazanv@virtual.upt.pe

⁴ Magíster en Administración y Dirección de Empresas. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. dalhuancac@virtual.upt.pe

⁵ Maestro en Administración de Negocios. Universidad Privada de Tacna, Facultad de Cs. Empresariales, Tacna-Perú. frequispey@virtual.upt.pe

emocional y la toma de decisiones están relacionadas significativamente. Finalmente, el estudio concluye que la habilidad asociada con los estudios de mercado es la que no demuestra incidencia significativa, con un nivel de confianza del 95%.

Palabras claves: Inteligencia emocional y toma de decisiones.

Abstract

The main objective of this study was to establish the relationship between emotional intelligence and decision making in entrepreneurs related to the tourism-hotel industry. It is an exploratory research of a transversal analytical type. For this purpose, people related to this field in the city of Tacna Peru in 2022 were taken as a sample. An instrument was applied to measure emotional intelligence which was validated with Cronbach's Alpha. The results found demonstrated a moderate correlation between both variables. The results revealed that emotional intelligence and decision making are significantly related. Finally, the study concludes that the skill associated with market studies is the one that does not demonstrate significant impact, with a confidence level of 95%.

Keywords: Emotional intelligence, making decisions.

Introducción

La inteligencia emocional ha sido tema de diversos estudios en diferentes campos. La pandemia obligo al confinamiento de las personas sin embargo se debía continuar con la vida y los trabajos que se realizaron de manera remota desde casa y en muchos casos sin contacto con el exterior. Ahora a mediados del 2022 al culminar la pandemia se hace evidente la importancia de la inteligencia emocional para afrontar y superar las consecuencias del confinamiento como son los trastornos psicológicos, el marcado deterioro de la funcionalidad, como insomnio, ansiedad, depresión y trastorno de estrés postraumático. Dentro de este espectro es de suma importancia entender la influencia de la inteligencia emocional no solo en relaciones familiares, amicales, sino en la toma de decisiones en el campo laboral. Al respecto el presente artículo está basado en una investigación relacionada con el campo laboral de turismo. Esto es sumamente importante para la Escuela Profesional de Administración Turístico Hotelera de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad privada de Tacna , debido a que los resultados ayudaran a la revisión y actualización posterior del plan de estudios de la Escuela para brindar una formación de calidad y pertinencia que asegure no solo formación en conocimientos sino también en habilidades blandas lo que contribuye enormemente en el servicio que brindara el futuro profesional. De acuerdo con Goleman (1988) es imprescindible examinar la raíz del sentimiento que refleja la capacidad fundamental para tomar decisiones. Esto indica la gran conexión que existe

entre el sentimiento o emociones con la toma de decisiones. Goleman también (1988) define el concepto de Inteligencia Emocional (IE) bajo cinco dimensiones: Autoconciencia, Autorregulación, Motivación, Empatía y Habilidades Sociales. Es decir, una persona con un alto nivel de desarrollo y manejo de las cinco dimensiones mencionadas puede tomar buenas decisiones.

En el contexto actual para el logro del éxito se hace indispensable la toma de buenas decisiones. Al respecto Calderone et al. (2006), expone que la toma de decisiones vital para toda organización que produce y relevante para todo profesional relacionado con el campo de los negocios ya que de ello depende principalmente el éxito en el campo laboral. Aktouf (1998) sostiene: “{...} que la decisión es el proceso por el cual se llega a una opción, pero una opción supuestamente aclarada, informada y motivada. Se trata de elegir entre varias formas posibles de actuar con miras a lograr una meta, en condiciones y circunstancias dadas...”. Aquí también se puede observar la importancia de factores relacionados con la emoción como es la motivación también mencionada por Goleman.

Dentro de este contexto se desarrolló el presente estudio el cual tiene como objetivo investigar la relación e influencia de la inteligencia emocional en la toma de decisiones en el campo laboral relacionado con hotelería este estudio es de importancia para la escuela de Administración Turística Hotelera de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. Los resultados son de suma importancia debido a que se pueden hacer de conocimiento de los interesados, así como docentes y estudiantes de esta Escuela y programar talleres de capacitación para estudiantes y futuros profesionales en el campo de turismo y de este modo mejorar la calidad de la enseñanza, así como para las personas que ya se encuentran insertas en el campo laboral y mejorar su trabajo y relaciones en los campos de gerencia y administración.

Revisión de literatura

1.- Inteligencia emocional

El término “inteligencia emocional” fue acuñado por Salovey et al. (1990), y definido por estos autores como un tipo de inteligencia social que engloba la habilidad para dirigir y controlar nuestras propias emociones y las de los demás, así como para discriminar entre ellas y utilizar la información que nos proporciona para guiar nuestro pensamiento y acciones, de tal forma que resulten beneficiosas para nosotros mismos y para la cultura a la que pertenecemos (Ugarriza, 2021).

Bar-On (1997) define la inteligencia emocional como un conjunto de habilidades personales, emocionales y sociales y de destrezas que influyen en nuestra habilidad para adaptarnos y enfrentar las demandas y presiones del medio. Con la finalidad de entender el marco metodológico correspondiente a la variable inteligencia emocional en este estudio se tomó como referente el modelo de Bar-On (1997), quien presentó un modelo donde describe básicamente la inteligencia emocional como el conjunto de habilidades personales, emocionales y sociales que determinan la capacidad de alcanzar el éxito al

afrontar las demandas y las precisiones del entorno. Las capacidades intrapersonales, que incluye el ser consciente de uno mismo, comprender las propias emociones y ser capaz de afirmar las propias ideas y sentimientos.

- A. Las capacidades interpersonales, donde se circunscribe el ser consciente y comprender los sentimientos de los demás, preocuparse por la gente en general y ser capaz de establecer vínculos emocionalmente estrechos;
- B. La capacidad de adaptación, definida como la capacidad de corroborar los propios sentimientos, de ponderar la situación, de cambiar los propios sentimientos y pensamientos y de resolver problemas;
- C. Las estrategias de manejo del estrés, determinada como la capacidad de afrontar el propio estrés y de controlar situaciones cargadas emocionalmente. Los factores motivacionales ligados al estado de ánimo, como el optimismo, la capacidad de disfrutar de uno mismo y de los demás al sentir y expresar alegría.

Bar-on determino capacidades y estrategias que permiten identificar el nivel de inteligencia emocional estas a su vez sirvieron para elaborar el instrumento para el presente estudio.

Según Goleman (2005), las emociones son, en esencia, impulsos que llevan a actuar, planes de acción instantáneos para conducirnos en la vida. Según Manucci (2016), las emociones básicas son "reacciones corporales espontaneas que se activan para enfrentar determinadas situaciones" (p. 60).

La inteligencia emocional interfiere en los procesos motivacionales, emocionales y cognitivos, ya que una persona emocionalmente inteligente es capaz de sentir, pero también puede regular las emociones, logrando que estas no interfieran en la toma de decisiones de forma inmediata, lo cual facilita la resolución de problemas y la adaptación al medio (Villardón, 2014). Por ende, los elementos emocionales implicados en los procesos de aprendizaje se relacionan con el control emocional, la planificación, la evaluación; y con el mantenimiento del esfuerzo necesario para la realización de las tareas (Aguilar et al., 2014).

La inteligencia emocional según la definición de Mayer et al. (1997), es "la capacidad de percibir emociones, de acceder y generar emociones para ayudar al pensamiento, de comprender las emociones y el conocimiento emocional, y de regular las emociones para promover el crecimiento emocional e intelectual de manera reflexiva". " En otras palabras, la Inteligencia Emocional es la capacidad de los individuos para comprender sus emociones y las de los demás y ser capaces de gestionar ambas para lograr el propósito deseado.

Por consiguiente, es importante considerar las dimensiones de la inteligencia emocional propuestas por Goleman (1999): aptitud personal y aptitud social, donde la aptitud personal es aquella que determina la forma en que las personas se relacionan consigo mismo, incluyendo el conocimiento y dominio de sí mismo; y la aptitud social es aquella que determina la forma en que las personas se relacionan con las demás.

2.- Toma de decisiones

La toma de decisiones es un proceso complejo, en el que intervienen factores de índole personal e interpersonal (Bisquerra et al., 2007), e implica adquirir la seguridad y la autonomía para resolver problemas y asumir las consecuencias de la actuación personal. Álvarez (2001) ha realizado estudios que han confirmado los efectos positivos del entrenamiento en el proceso de la toma de decisiones a través de la ganancia de competencias emocionales.

Aunque en diferentes investigaciones se ha tratado la relación entre inteligencia emocional y toma de decisiones en este caso se está investigando la relación entre estas variables después de salir de la situación particular de la pandemia que ha afectado a personas de todo el mundo y las ha mantenido en confinamiento por más de dos años.

Simón (1972) define la toma de decisiones como "un esfuerzo planeado y cooperativo, en el cual cada participante tiene un papel reconocido que cumplir y unas obligaciones o tareas por ejecutar. Se les asignan a estas obligaciones para lograr el objetivo de la organización más que para satisfacer preferencias individuales, aunque frecuentemente coinciden ambos efectos". En esta definición se puede observar la importancia de lograr una meta dentro de una organización lo que está relacionado con el presente estudio.

El proceso de decisión no solo se desarrolla a nivel estratégico o de la más alta dirección de las organizaciones, sino que "constituye un proceso que se desarrolla en toda organización y en todos sus niveles: operativo, táctico, gerencial y estratégico" (Wiig, 2003, citado en Rodríguez Cruz, 2015). En una empresa no siempre es el gerente quien toma las decisiones sino las personas que están a cargo en diferentes niveles.

Saber cómo se siente y tener la capacidad de regular esos sentimientos actuará como su guía para una mejor toma de decisiones. La autoconciencia y la autorregulación son importantes para una toma de decisión eficaz.

Metodología

La investigación es un estudio de tipo no experimental, transversal descriptivo, con metodología cuantitativa. La unidad de estudio fueron las personas relacionadas con el campo laboral turístico hotelero de la ciudad de Tacna –Perú en el año 2022. La muestra de estudio estuvo conformada por 62 empresarios, de ambos géneros, de los cuales no todos cuentan con formación universitaria y/o empresarial, sin embargo, ellos tienen la característica común de trabajar en el rubro. Se consideraron las dimensiones aptitud personal y aptitud social para la variable inteligencia emocional y las dimensiones factores motivadores e influyentes, pensar y analizar, adaptación y cambio, sesgo y preferencia, opiniones y apoyo para la variable toma de decisiones.

Para el levantamiento de la información estadística se elaboró y aplicó la técnica de la encuesta con 37 ítems, para poder hacer un análisis del ítem, se asignó una respuesta numérica de 1 a 4. Los enunciados se midieron utilizando la escala de Likert.

La confiabilidad del instrumento fue buena con valor de Alpha de Cronbach de (0.844) para la variable inteligencia emocional y (0.887) para la variable toma de decisiones. Se obtuvo una tasa de respuestas del 95% de los cuestionarios virtuales.

Para el análisis estadístico se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov–Smirnov y el método de P-valor para determinar el nivel de significatividad del estadístico R de Pearson. Para el procesamiento de datos se utilizó el software estadístico SPSS versión 25 para el análisis de comportamiento de variable.

Resultados

A continuación, se realizó un análisis descriptivo de los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta sobre las variables inteligencia emocional y toma de decisiones.

1. Análisis de la estructura de la muestra

La Tabla 1 muestra los antecedentes de los encuestados. El 51.6% de los encuestados son género masculino. El 16.1% de los encuestados tienen el grado académico de bachiller.

Tabla 1

*Tabla cruzada Genero del encuestado*Grado académico*

		Grado académico						Total	
		TÉCNICO(A)	BACHILLER	LICENCIADO(A)	MAGISTER	DOCTOR	OTROS		
Genero del encuestado	MASCULINO	Total	8	10	8	0	0	6	32
		% del total	12.90%	16.10%	12.90%	0.00%	0.00%	9.70%	51.60%
Genero del encuestado	FEMENINO	Total	4	8	9	3	1	5	30
		% del total	6.50%	12.90%	14.50%	4.80%	1.60%	8.10%	48.40%
Total		Total	12	18	17	3	1	11	62
		% del total	19.40%	29.00%	27.40%	4.80%	1.60%	17.70%	100.00%

La Tabla 2 muestra los antecedentes de los encuestados. El 27.4 % de los encuestados pertenecen al rubro restaurantes bares y afines.

Tabla 2

*Tabla cruzada Genero del encuestado*Rubro del negocio turístico*

		Rubro del negocio turístico							Total
		RESTAURANTES, BARES Y AFINES	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	AGENCIAS DE VIAJES	INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	TRANSPORTE TURÍSTICO	OTRO RUBRO		
Genero del encuestado	MASCULINO	Total	17	7	4	2	1	1	32
		% del total	27.40%	11.30%	6.50%	3.20%	1.60%	1.60%	51.60%
	FEMENINO	Total	5	8	7	6	0	4	30
		% del total	8.10%	12.90%	11.30%	9.70%	0.00%	6.50%	48.40%
Total		Total	22	15	11	8	1	5	62
		% del total	35.50%	24.20%	17.70%	12.90%	1.60%	8.10%	100.00%

2. Análisis estadístico descriptivo

La tabla 3 muestra los resultados principales de las variables inteligencia emocional y toma de decisiones. Se observa que los niveles predominantes de percepción fueron el regular para la variable inteligencia emocional y regular para la variable toma de decisiones; cabe decir, que el 37.1% de los encuestados consideran que el nivel de inteligencia emocional es regular y el 33.9% que la toma de decisiones es regular. Respecto de la variable inteligencia emocional, el 33.9% de encuestados perciben un nivel deficiente, el 37.1% perciben un nivel regular y el 29.0% perciben un nivel bueno, asimismo, en relación con la toma de decisiones, el 33,9% de los encuestados perciben que el nivel es deficiente, el 33.9% regular y el 32.3% bueno.

Del análisis se deduce que los empresarios del rubro turístico demuestran tener un nivel regular de inteligencia emocional y en un nivel regular y deficiente en la toma de decisiones, comprobando tener regulares condiciones para lograr una buena toma de decisiones por parte de los empresarios del rubro turístico en la ciudad de Tacna.

Tabla 3
Niveles de Inteligencia Emocional y Toma de decisiones

Variables	Niveles	f	%
Inteligencia Emocional (IE)	Deficiente	21	33.9
	Regular	23	37.1
	Bueno	18	29.0
	Total	62	100.0
Toma de Decisiones (TD)	Deficiente	21	33.9
	Regular	21	33.9
	Bueno	20	32.3
	Total	62	100.0

En la tabla 4 se describe las dos dimensiones de la variable inteligencia emocional. En cuanto a la dimensión aptitud personal, se observa que el 22.6% de empresarios del rubro turístico encuestados perciben que es bueno, el 35.5% consideran que es regular y el 41.9% que es deficiente. Respecto de la dimensión aptitud social, el 25.8% de los encuestados sostiene que es bueno, el 40.3% regular y el 33.9% deficiente.

Del análisis se deduce que la dimensión aptitud personal de la variable inteligencia emocional para los empresarios del rubro turístico de la ciudad Tacna, se encuentran en el nivel de deficiente, y para la dimensión aptitud social en un nivel regular, con valores de 41.9% para aptitud personal y 40.3% para aptitud social, demostrando que los empresarios del rubro turístico carecen de condiciones fundamentales para poder gestionar sus emociones y desenvolverse exitosamente en el campo empresarial.

Tabla 4
Niveles de dimensiones de Inteligencia Emocional

Variable	Niveles	f	%
Aptitud personal	Deficiente	26	41.9
	Regular	22	35.5
	Bueno	14	22.6
	Total	62	100.0
Aptitud Social	Deficiente	21	33.9
	Regular	25	40.3
	Bueno	16	25.8
	Total	62	100.0

Nota: Elaboración propia

En la tabla 5 se describe las cinco dimensiones de la variable toma de decisiones. En cuanto a la dimensión factores motivadores e influyentes, se observa que el 29.0% de empresarios del rubro turístico encuestados perciben que es bueno, el 11.3% consideran que el nivel es regular y el 59.7% que es deficiente. Respecto a la dimensión pensar y analizar, el 24.2% de los encuestados sostiene que es bueno, el 32.3% regular y el 43.5% deficiente. Sobre la dimensión adaptación y cambio se observa que el 16.1% de los encuestados afirman que es bueno, el 24.2% que es regular y el 59.7% que es deficiente. Asimismo, la dimensión sesgo y preferencia, el 24.2% de los encuestados sostiene que es bueno, el 33.9% regular y el 41.9% deficiente. De igual forma, en la dimensión opiniones y apoyo el 22.6% de los encuestados perciben que es bueno, el 43.5% consideran que el nivel es regular y el 33.9% que es deficiente.

Del análisis se deduce que la dimensión factores motivadores e influyentes de la variable toma de decisiones para los empresarios del rubro turístico de la ciudad Tacna, se encuentran en el nivel deficiente, con valores de 59.7%, para la dimensión pensar y analizar en un nivel deficiente, con valores de 43.5%, para la dimensión adaptación y cambio en un nivel deficiente, con valores 59.7%, la dimensión sesgo y preferencia también es deficiente con valores de 41.9%, y la dimensión opiniones y apoyo en un nivel regular, con valores de 43.5%, demostrando que no tienen las condiciones fundamentales para poder tomar decisiones y desenvolverse exitosamente en el campo empresarial.

Tabla 5
Niveles de las dimensiones de Toma de decisiones

Variable	Niveles	f	%
Factores motivadores e influyentes	Deficiente	37	59.7
	Regular	7	11.3
	Bueno	18	29.0
	Total	62	100.0
Pensar y analizar	Deficiente	27	43.5
	Regular	20	32.3
	Bueno	15	24.2
	Total	62	100.0
Adaptación y cambio	Deficiente	37	59.7
	Regular	15	24.2
	Bueno	10	16.1
	Total	62	100.0
Sesgo y preferencia	Deficiente	26	41.9
	Regular	21	33.9
	Bueno	15	24.2
	Total	62	100.0
Opiniones y apoyo	Deficiente	21	33.9
	Regular	27	43.5
	Bueno	14	22.6
	Total	62	100.0

Nota: Elaboración propia

3. Análisis estadístico inferencial

El estudio está orientado a comprobar la hipótesis de que la inteligencia emocional tiene relación significativa con la toma de decisiones en empresarios del sector turístico-hotelero.

3.1.- Prueba de normalidad

Para comprobar la hipótesis, se realiza la prueba de normalidad para determinar la pertinencia del uso de las pruebas estadísticas en el análisis de las variables inteligencia emocional y toma de decisiones. Para la prueba de normalidad se plantea las siguientes hipótesis:

Hipótesis

H_0 = Los datos de la encuesta siguen una distribución normal

H_1 = Los datos de la encuesta no siguen una distribución normal

Regla de decisión

Si Valor Sig > 0.05 Se acepta la H_0

Si Valor Sig < 0.05 Se rechaza la H_0

Tabla 6

Prueba de normalidad

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Inteligencia Emocional	.082	62	.200*
Toma de decisiones	.092	62	.200*

Los resultados de la tabla 6 revelan que la variable inteligencia emocional y la variable toma de decisiones siguen una distribución normal por tener un valor (Sig. > 0.05).

3.2.- Prueba estadística

La prueba paramétrica apropiada para la comprobación de la hipótesis es el estadístico R de Pearson. Para el efecto se procede con la formulación de las hipótesis.

Formulación de hipótesis

H_0 No existe relación significativa entre la inteligencia emocional y la toma de decisiones.

H_1 Existe relación significativa entre la inteligencia emocional y la toma de decisiones.

Valor de significancia = 5%

En la tabla 7 que contiene la prueba R de Pearson, los resultados establecieron que existe relación significativa entre la inteligencia emocional y la toma de decisiones con un p-valor de 0,002 menor al 5% de significancia, lo cual nos indica que existe evidencia de que el nivel de asociación entre las variables ordinales inteligencia emocional y toma de decisiones es estadísticamente significativa; es decir, existe evidencia estadística que demuestra la existencia de una relación de dependencia entre ambas variables, en los empresarios del rubro turístico de la ciudad de Tacna.

Tabla 7
Prueba R de Pearson

Variables	Prueba	Inteligencia Emocional	Toma de decisiones
Inteligencia Emocional	Correlación de Pearson	1	.389**
	Sig. (bilateral)		.002
	N	62	62
Toma de decisiones	Correlación de Pearson	.389**	1
	Sig. (bilateral)	.002	
	N	62	62

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusiones

- El estudio revela que la inteligencia emocional y la toma de decisiones son dependientes, es decir, que la inteligencia emocional tiene implicancias en la toma de decisiones de las personas relacionadas a la empresa del rubro turístico, con el 95% de confianza.
- El estudio demuestra que la dimensión aptitud social es la característica más resaltante en la variable inteligencia emocional en los empresarios del rubro turístico de la ciudad de Tacna. Este resultado indica que la inteligencia emocional y la toma de decisiones está asociado con la aptitud social dado que estas conductas ayudan a tomar decisiones de manera efectiva.
- Se revela que la habilidad predominante en los empresarios del rubro turístico son los factores motivadores e influyentes, considerando que es el factor determinante para tomar buenas decisiones. Por otra parte, se muestra que hay una deficiencia en la dimensión adaptación al cambio, la cual también influye en la toma de decisiones.
- La investigación determina que existe relación positiva y con baja intensidad entre el la inteligencia emocional y la toma de decisiones en los empresarios relacionados con el rubro turístico de la ciudad de Tacna.

Referencias

Aguilar Rivera, M. C., Gil Llanes, O. F., Pinto Garrido, V. A., Quijada Maldonado, C. R. & Zúñiga Sánchez, C. A. (2014). Inteligencia emocional, estrés, autoeficacia, locus

- de control y rendimiento académico en universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 19(1), 21–35.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29232614002>
- Aktouf, O. (1998). *La administración entre tradición y renovación*. Artes Gráficas del Valle Ltda.
- Alvarez, M. (2001). *Diseño y evaluación de programas de educación emocional*. (2a ed.). Cisspraxis.
- Bar-On, R. (1997). *Development of the Bar-On EQ-I: A measure of emotional and social intelligence*. 105th Annual Convention of the American Psychological Association in Chicago.
- Bisquerra, R. y Pérez, N. (2007). Las competencias emocionales. *Educación*, 21(10), 61–82. DOI: <https://doi.org/10.5944/educxx1.1.10.297>
- Calderone, M., Martín, K. y Mendes, D. (2006). Las mejores decisiones están agrupadas. *Strategy + business*. https://www.strategy-business.com/article/06313?_ref=http://www.derevistas.com/&pg=0
- Malcolm (2015) *Blink: The Power of Thinking Without Thinking*.
- Goleman, D. (1998). *From a book called Self Science: The Subject is Me*. (2nd edition). Karen Stone McCown.
- Goleman, D. (1999). *Working with emotional intelligence*. Bloomsbury publishing, Londres (1999).
- Goleman, D. (2005). *La inteligencia emocional. Por qué es más que el coeficiente intelectual* (25ª ed.). Buenos Aires: Javier Vergara, Editor.
- Mayer, J.D. y Salovey, P. (1997). *What is emotional intelligence?* In P. Salovey & D. Sluyter (Eds). *Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators*. (p. 3–31). Basic Books.
- Manucci, M. (2016). *Competitividad Emocional*. Ediciones B.
- Rodríguez Cruz, Y. (2015). Gestión de Información y del Conocimiento para la toma de decisiones organizacionales ISSN: 0006–176X Bib.An.Invest. Vol. 11 (ene.–dic. 2015): 150–163
- Salovey, P. & Mayer, J.D. (1990). *Emotional Intelligence: Imagination, Cognition and Personality*. (pp. 185–211). Basic Books.
- Simón, H. (1972). *El comportamiento administrativo*. Fondo de Cultura Económica.
- Ugarriza, N. (2021). La evaluación de la inteligencia emocional a través del inventario de BarOn (I–CE) en una muestra de Lima Metropolitana. *Persona*, (4), 129–160.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=147118178005>
- Villardón–Gallego, L., & Yániz, C. (2014). Psychometric characteristics of the EEAA (Scale of Affective Strategies in the Learning Process). *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 12(3), 693–716. DOI: <http://dx.doi.org/10.14204/ejrep.34.14095>